

## **Promogift confirma el inmejorable estado del sector del regalo promocional en España**

**Con 20.000 millones de euros de facturación global y convertido en sexto recurso publicitario en ventas del mundo, el mercado de los regalos promocionales goza de un inmejorable estado de salud. Según los datos que maneja PPAI, la Asociación Internacional de Productos Promocionales, ese crecimiento fue del 9% en 2017. Promogift, la feria referencia en regalos promocionales, da buena cuenta de estas cifras: su undécima edición, convocó a más de 6.300 asistentes y más de 3.200 empresas del sector**

Tecnología, moda y ecología son las tendencias más relevantes en el sector de los artículos publicitarios, según se ha podido comprobar en los stands del Salón Internacional del Regalo Promocional y Maquinaria para la Personalización, Promogift, celebrado entre los días 15 y 17 de enero en el Pabellón 12 de Ifema de Madrid. Las memorias usb personalizadas siguen manteniéndose en lo más alto de los regalos publicitarios más demandados, por sus ventajas en cuanto a utilidad y valor tecnológico. Por su parte, el sector textil y de moda también ha presentado sus novedades en personalización, con orientación a tejidos naturales y hacia lo ecológico, una tónica general en cuanto a tendencias del sector del regalo promocional.

Pero no solo los artículos publicitarios son protagonistas en el Salón Internacional del Regalo Promocional. Muchas de las principales empresas proveedoras de maquinaria de impresión tuvieron su representación en la feria, con algunas de las novedades y las principales tendencias en cuanto a técnicas de impresión.

Un volumen de negocio “que no sorprende”

“El crecimiento de los regalos promocionales es imparable, y esta es una realidad de la que ha dado buena cuenta Promogift. La facturación mundial del sector alcanza los 20.000 millones de euros en el mundo y roza los 1.000 millones de euros solo en España y Portugal”, según apunta la asociación de fabricantes y vendedores de artículos promocionales FYVAR, uno de los organizadores de la feria junto con AIMFAP, Asociación de Importadores, Mayoristas y Fabricantes de Artículos Promocionales. Un crecimiento anual (9%) que ha situado al sector en la quinta posición mundial, solo superado por videojuegos y servicios de streaming, las relaciones públicas, los contenidos patrocinados por marcas y la publicidad digital.

“Las ventajas de regalar artículos publicitarios son tan claras que no nos sorprende esta evolución en positivo del sector”, apunta Diederik de Koning, socio fundador de Gift Campaign, empresa de referencia en la distribución de regalos personalizados. Con oficinas en España, Italia y a punto de abrir sede en Francia, la trayectoria de la compañía en el sector les ha permitido a sus responsables vivir de cerca esa evolución en cuanto a tendencias en artículos publicitarios.

Han sido muchas las variaciones a lo largo de los años, pero “si hay algo que se mantiene intacto es la larga lista de ventajas de regalar productos corporativos”, indica de Koning. El precio, las opciones de

personalización y el efecto que produce en el recuerdo de los usuarios son, en opinión del responsable de Gift Campaign, los grandes valores que llevan al sector de los regalos promocionales a ser ya el sexto recurso publicitario en ventas.

Cada año son más y más las marcas que comprueban cómo los artículos publicitarios se pueden convertir en los principales aliados de sus campañas de marketing, captación de nuevos usuarios y fidelización de clientes y empleados.

**Datos de contacto:**

Gift Campaign

932200302

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Madrid](#) [Cataluña](#) [Entretenimiento](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>